

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DAN TANGGUNG JAWAB DENGAN KEPUASAN PELANGGAN FAKULTAS ILMU SOSIAL UNJ

DIRGANTARA WICAKSONO*

Abstract: *This study aims to determine the relationship between service quality and responsibility with customer satisfaction in Faculty of Social Sciences UNJ. The research was conducted using survey method with the correlational approach. In this research, student in Faculty of Social Sciences, State University of Jakarta was chosen as the unit of analysis with a sample size of 249 people who are determined by simple random sampling technique.*

The results show: First, There is a relationship between service quality with student satisfaction; Second, There is a relationship between with customer satisfaction. Third, There is a relationship between service quality and responsibilities with customer satisfaction. Further to improve student satisfaction, the administrative staff should consider the availability of adequate facilities and infrastructure, provide excellent service to students, and understand the needs of students.

Keywords: *Service Quality, Responsibility, Customer Satisfaction.*

PENDAHULUAN

Perguruan Tinggi sebagai salah satu lembaga pendidikan formal dituntut untuk mempersiapkan peserta didiknya menjadi manusia yang sesuai dengan yang diharapkan tujuan pendidikan nasional, yaitu manusia yang beriman dan bertakwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa. Lulusan Perguruan Tinggi diharapkan mampu mengisi kebutuhan akan tersedianya tenaga ahli dan tenaga profesional. Perguruan Tinggi sebagai tempat kegiatan proses pembelajaran diharapkan mampu menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik yang profesional, berkepribadian sesuai dengan tuntutan tujuan pendidikan nasional.

Dalam pengembangan sistem pendidikan tinggi nasional perlu di restrukturisasi yang meliputi berbagai aspek antara lain keseimbangan program studi serta peningkatan kualitas mutu, khususnya dalam program studi ilmu sosial dan keguruan perlu diatur agar outputnya sesuai dengan kebutuhan, yakni dengan memperhatikan mutu pendidikan untuk terus ditingkatkan antara lain dengan meningkatkan kualitas tenaga dosen serta sarana dan prasarana belajar yang memadai.

Untuk memenuhi peningkatan mutu, perguruan tinggi harus dapat mengidentifikasi para pelanggan dan kebutuhan mereka secara cermat, serta berusaha memenuikannya, menurut Ivancevich yang dikutip oleh Tjiptono langkah pertama dalam memperbaiki mutu yaitu dengan menerapkan TQM (*Total Quality Management*) adalah dengan memandang mahasiswa sebagai pelanggan yang harus dilayani. Pelanggan lembaga pendidikan terdiri dari pelanggan eksternal dan internal. Pelanggan eksternal perguruan tinggi adalah mahasiswa dan sekaligus sebagai input utama yang akan diproses menjadi lulusan. Pelanggan eksternal kedua dan seterusnya adalah masyarakat luas, perguruan tinggi yang bermutu adalah yang dapat memenuhi atau melebihi keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggannya dalam hal ini adalah mahasiswa.

Mahasiswa sebagai pelanggan merupakan objek yang harus dilayani agar tercipta kepuasan dan menghasilkan output yang berkualitas. Kepuasan mahasiswa

* Kepala Sekolah SMA AL-Hikmah, Pulo Gadung Jakarta Timur

akan terwujud bila mendapatkan pelayanan yang baik dengan didasari oleh rasa tanggung jawab staf administrasi dalam melayani kebutuhan mahasiswa. Dalam memenuhi kepuasan mahasiswa dapat dilakukan dengan penerapan kualitas pelayanan yang efektif dan efisien. Agar terealisasi, maka dituntut adanya peningkatan kualitas yang berkesinambungan dalam pengelolaan perguruan tinggi. dengan penerapan manajemen peningkatan mutu sesuai dengan fungsi perguruan tinggi sebagai penyelenggara pendidikan sesuai Tridharma Perguruan Tinggi, yakni pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat.

Kepuasan mahasiswa dapat dicapai dengan dukungan fasilitas, sarana dan prasarana yang memadai, mendapatkan pelayanan secara prima, baik dalam bentuk material maupun non material serta kesejahteraan secara luas. Tetapi dari hasil wawancara kepada mahasiswa, diperoleh informasi terkait kepuasan mahasiswa, diantaranya kurang lengkapnya sarana pendukung perkuliahan, keterlambatan dalam pencetakan KHS, serta pelayanan staf administrasi yang kurang optimal. Maka dari itu untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa perlu dilakukan upaya perbaikan kualitas pelayanan dan tanggung jawab dari para staf administrasi.

Kualitas pelayanan merupakan sebuah komponen penting dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Untuk pelayanan jasa, kualitas pelayanan akan menjadi unsur yang dominan dalam evaluasi pelanggan sedangkan pelayanan yang ditawarkan dalam bentuk kombinasi dengan produk fisik, kualitas pelayanan juga sangat penting dalam menentukan kepuasan pelanggan, pada aspek ini apabila pelayanan terhadap mahasiswa tidak dilaksanakan dengan baik, akan mengakibatkan kepercayaan mahasiswa terhadap Universitas berkurang dan mahasiswa selanjutnya sebagai *Costumer* akan berusaha mencari Universitas lain yang dapat memberikan pelayanan yang lebih memuaskan. Hal ini dapat menjadi penyebab turunnya keuntungan serta akreditasi dari Universitas terkait. Oleh karena itu, pelayanan terhadap pelanggan perlu dilaksanakan dengan baik sehingga sasaran universitas dapat tercapai.

Selain itu tanggung jawab staf administrasi dalam memberikan pelayanan juga mempengaruhi kepuasan pelanggan, Tanggung jawab merupakan tindakan yang dilakukan dengan penuh kesadaran tanpa adanya tekanan dalam menjalankan tugas yang diterima. Dengan demikian tanggung jawab merupakan perbuatan yang sangat penting dilakukan dalam kegiatan sehari hari, dengan tingkat tanggung jawab yang tinggi dalam melaksanakan pekerjaan yang dihadapi, diduga dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Mencermati berbagai fenomena tersebut, telah mendorong penulis untuk melakukan penelitian lebih mendalam mengenai kepuasan pelanggan yang dalam aspek ini adalah mahasiswa melalui suatu penelitian ilmiah. Dengan melakukan pengkajian tentang hubungan kualitas pelayanan dan tanggung jawab dengan kepuasan mahasiswa.

Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor utama yang perlu diperhatikan oleh setiap organisasi terutama penyedia layanan jasa. Tak terkecuali perguruan tinggi yang pelanggan utamanya adalah mahasiswa. Pelanggan diartikan sebagai orang atau unit yang menerima hasil proses sistem. Hradesky mendefinisikan pelanggan sebagai setiap orang yang menerima produk atau layanan, baik pelanggan internal dan eksternal. Sedangkan Gaspersz mengungkapkan bahwa pelanggan adalah “semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan

karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi (*performance*) kita.” Dalam pengertian ini pelanggan merupakan orang yang teramat penting yang harus dipuaskan.

Selanjutnya Gaspersz membagi pelanggan menjadi tiga macam, yaitu: pelanggan internal, pelanggan antara dan pelanggan eksternal. Pelanggan internal adalah orang yang berada dalam organisasi dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan. Di perguruan tinggi yang menjadi pelanggan internal yaitu dosen dan pegawai (staf pendukung). Pelanggan antara adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk atau jasa. Di perguruan tinggi yang menjadi pelanggan antara adalah orang tua, pemerintah dan masyarakat sedangkan pelanggan eksternal merupakan pemakai produk atau jasa tersebut. Di perguruan tinggi yang menjadi pelanggan eksternal yaitu mahasiswa.

Berbeda dengan Gaspersz, Sallis mengkategorikan pelanggan menjadi dua kategori, yaitu: pelanggan internal dan eksternal. Mahasiswa dianggap sebagai pelanggan eksternal utama, orang tua sebagai pelanggan eksternal kedua dan pemerintah, masyarakat atau dunia usaha dan industri dianggap sebagai pelanggan eksternal ketiga. Sedangkan dosen dan pegawai (staf pendukung) diposisikan sebagai pelanggan internal.

Selanjutnya mengenai kepuasan, Ivancevich et.al mendefinisikan kepuasan sebagai *“satisfaction is a criterion of effectiveness that refers to the organization’s ability to gratify the needs of its participants.”* (Kepuasan merupakan sebuah kriteria efektivitas yang mengacu pada kemampuan organisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan). Adapun kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Dengan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan akan menjaga keberlangsungan hidup organisasi. Untuk lebih jelasnya diberikan beberapa definisi mengenai kepuasan pelanggan, diantaranya yang dikemukakan oleh Juran yang mendefinisikan Kepuasan Pelanggan sebagai hasil yang dicapai pada saat keistimewaan dari suatu produk dapat melayani kebutuhan pelanggan. Sedangkan Kotler mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkatan suatu keadaan perasaan seseorang dari membandingkan suatu pengamatan penampilan produk (*output*) dalam hubungannya terhadap perasaan konsumen atau dapat dikatakan sebagai suatu keadaan seseorang sebagai pembandingan dengan penampilan produk terhadap harapannya. Jadi kepuasan pelanggan adalah suatu fungsi dari perbedaan antara pengamatan terhadap penampilan suatu produk dan harapan.

Kepuasan pelanggan baru dapat diketahui setelah pelanggan membeli produk atau jasa yang ditawarkan, sebagaimana Brown mengungkapkan *“Customer satisfaction is measured after the external customers have purchased the products or services produced by the organization.”* (Kepuasan pelanggan diukur setelah pelanggan eksternal membeli produk atau jasa yang dihasilkan oleh organisasi).

Dari definisi-definisi yang telah dikemukakan di atas maka dapat disintesis bahwa yang dimaksud dengan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan pelayanan yang diterima.

Kualitas Pelayanan. Menurut Goetsch and Davis puas atau tidak puasnya pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Maka dari itu perlu juga dibahas mengenai mutu atau kualitas, jadi kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang

berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat yang dikemukakan oleh Edward Sallis, menyatakan bahwa mutu/kualitas adalah layanan/proses didalam memenuhi spesifikasi yang ada untuk menentukan produk akhir agar sesuai dengan standar yang ditentukan, sehingga dapat memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan. Kualitas diartikan sebagai *"quality is those products and services that are perceived to meet or expectations of the customer at a cost that represents outstanding value."* (Kualitas produk dan layanan adalah apa yang dianggap memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan pelanggan dengan biaya dikeluarkan). Suatu barang atau jasa dikatakan berkualitas jika mampu memenuhi bahkan melebihi harapan pelanggannya. Everard mendefinisikan kualitas sebagai *"Quality as meeting or exceeding the expectation of the customer"* (kualitas sebagai pertemuan atau kesesuaian dengan harapa pelanggan). Pendapat tersebut diperkuat oleh Dessler yang mengemukakan bahwa kualitas merupakan *"quality the extent to which a product or service is able to meet customer needs and expectations"* (kualitas merupakan tingkatan sejauh mana produk atau jasa dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan).

Selain itu, *General Services Administration (GSA)* yang dikutip Goetsch & Davis mendefinisikan *"Quality as meeting the customer's needs the first time and every time"* (kualitas merupakan terpenuhinya kebutuhan pelanggan di awal dan setiap waktu). Pendapat senada diungkapkan oleh Sallis yang mengatakan bahwa mutu merupakan sesuatu yang memuaskan dan melampaui keinginan dan kebutuhan pelanggan.

Tenner dan Detoro mendefinisikan kualitas sebagai suatu strategi bisnis yang mendasar yang menyediakan barang dan jasa yang memuaskan secara paripurna (*completely satisfied*) kepada konsumen internal dan eksternal dengan memenuhi harapan (*expectation*) eksplisit dan implisit mereka lebih lanjut. Strategi memanfaatkan bakat seluruh karyawan, demi keuntungan organisasi pada khususnya dan masyarakat pada umumnya dan memberikan suatu perolehan *financial* yang positif kepada pemegang saham.

Jika pendapat para pakar tersebut dirangkum, maka dapat diperoleh tiga pengertian dasar kualitas, yaitu pemenuhan atau pemuasan keinginan konsumen, kesesuaian terhadap standar atau tolak ukur yang telah diterapkan dan harga atau biaya yang terjangkau. Oleh karena itu ketiganya saling berkaitan satu sama lain sehingga tidak dapat dipisah-pisahkan.

Tanggung Jawab. Tanggung jawab secara umum diartikan sebagai kesiapan anggota organisasi menerima kewajiban atau tugas. Robbins and Coulter mengemukakan bahwa tanggung jawab merupakan *"responsibility is the obligation to perform any assigned duties"* (Tanggung jawab merupakan kewajiban untuk menjalankan tugas dengan baik). Dari pengertian tersebut tanggung jawab tidak lain merupakan kewajiban seseorang untuk menjalankan tugas dengan seoptimal mungkin.

Sedangkan tanggung jawab menurut May diartikan sebagai *"responsibility as a responsible person we tacitly engage ourselves to take on a vast, and antecedently unspecifiable, range of spesific responsibilities."* Tanggung jawab merupakan seseorang yang secara pribadi melibatkan diri untuk mengambil tanggung jawab spesifik.

Menurut Flippo tanggung jawab merupakan kewajiban seseorang untuk melakukan fungsi yang diberikan kepadanya sesuai dengan kemampuan dan arahan yang dapat diukur dari tugas yang dibebankan dan usaha untuk memajukan organisasi. Hal ini berarti tanggung jawab merupakan kewajiban atau beban yang harus dipikul atau dipenuhi sebagai akibat dari perbuatan pihak yang berbuat dan atau sebagai akibat dari perbuatan pihak lain, atau sebagai pengabdian dan pengorbanan

pada pihak lain. Definisi selanjutnya menurut kamus umum bahasa Indonesia tanggung jawab adalah keadaan wajib menanggung segala sesuatunya. Tanggung jawab adalah kesadaran manusia akan perbuatannya yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Tanggung jawab juga diartikan sebagai perwujudan kesadaran akan kewajibannya.

Menurut Mullin *responsibility involves and obligation by the subordinate to perform certain duties or make certain decision and having to accept possible reprimand from the manager for unsatisfactory performance.*

Tanggung jawab juga erat kaitannya dengan moral sebagaimana yang dikemukakan oleh Glover *"responsibility are moral ones, about which people with different attitudes may legitimately disagree.* Selain itu dilihat dari aspek pelanggan, tanggungjawab merupakan sikap berperilaku kepada pelanggan sebagai wujud kepedulian untuk menghindarkan atau meminimalkan kerugian atau ketidakpuasan pelanggan.

Berdasarkan paparan yang telah dikemukakan di atas, dapat disintesis bahwa tanggung jawab merupakan kesediaan seseorang untuk menerima tugas atau kewajiban yang diberikan oleh pimpinan organisasi dengan indikator : menunaikan tugas dengan baik, jujur, dapat dipercaya, serta dapat diandalkan.

METODE

Metode penelitian yang akan digunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional. Kegiatan penelitian dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta mulai bulan Desember 2010 sampai dengan bulan Juni 2011. Penelitian ini termasuk populasi terjangkau (*study population*) adalah mahasiswa FIS UNJ angkatan 2008/2009 dengan jumlah 656 orang. Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan secara *random*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hubungan Kualitas pelayanan dengan Kepuasan pelanggan

Dari hasil analisis korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, diperoleh koefisien korelasi *product moment* sebesar 0,820 ($r_{y1} = 0,820$). Nilai ini memberikan pengertian bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain bahwa makin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan semakin baik pula. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi antara X_1 dengan Y sebesar $(0,820)^2 = 0,672$ atau 67,2% variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan. Ternyata apabila dilakukan pengontrolan terhadap

variabel bebas lainnya menunjukkan terjadinya kenaikan kadar hubungan yang cenderung menjadi kuat.

Selanjutnya pada pengujian korelasi parsial sebesar $r_{y12} = 0,628$. Sedangkan koefisien determinasi $(r_{y12})^2 = (0,628)^2 = 0,394$. Harga $t_{hitung} = 12,650 > t_{tabel} (\alpha = 0,05; 248) = 1,960$ pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ yang menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel signifikan. Dari hasil penghitungan tersebut, ternyata apabila dilakukan pengontrolan terhadap variabel bebas lainnya menunjukkan terjadinya kenaikan kadar hubungan yang cenderung menjadi kuat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Zeithaml and Bitner bahwa *"service quality assessment focuses specifically on dimensions of service. Based on this view, perceived serviced quality is a component of customer satisfaction."* Hal ini menunjukkan bahwa indikator kualitas pelayanan yang meliputi: reliability (keandalan), ketanggapan (*responsiveness*) jaminan kepastian (*assurance*), Empati

(*Empathy*), dan bukti fisik (*tangible*) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan adanya keandalan dapat memberikan layanan sesuai yang dijanjikan dengan segera dan tepat. Dengan adanya ketanggapan dapat membantu menyelesaikan keluhan mahasiswa dengan segera. Dengan adanya jaminan kepastian dapat meyakinkan mahasiswa bahwa layanan yang diberikan berkualitas baik dan tidak akan mengecewakan. Dengan adanya rasa empati dapat memahami kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Dan dengan adanya bukti fisik akan memberikan kenyamanan pada mahasiswa akan fasilitas yang mereka gunakan. Terutama fasilitas ruang kelas, kamar mandi, dan fasilitas perpustakaan yang representatif.

2. Hubungan tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan

Dari hasil analisis korelasi antara tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan dapat diperoleh koefisien korelasi *product moment* sebesar $r_{y2} = 0,777$ ($r_{y2} = 0,777$). Nilai ini memberikan pengertian bahwa keterkaitan antara tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan tergolong positif, artinya makin baik tanggung jawab maka kepuasan pelanggan semakin baik pula. Koefisien determinasi merupakan kuadrat dari koefisien korelasi Y dengan X_2 yaitu sebesar $(0,777)^2 = 0,604$ yang berarti 60,4 % variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh tanggung jawab.

Apabila dilakukan pengontrolan terhadap Kualitas pelayanan (X_1), diperoleh koefisien korelasi parsial sebesar $r_{y2.1} = 0,518$. Sedangkan koefisien determinasi $(r_{y2.1})^2 = (0,518)^2 = 0,268$. apabila dilakukan pengontrolan terhadap variabel bebas lainnya menunjukkan terjadinya kenaikan kadar hubungan yang cenderung melemah. Dengan terjadinya hubungan yang menurun, maka akan menunjukkan taraf hubungan yang kecil antara Tanggung jawab dengan Kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini teori yang dikemukakan oleh Luthan bahwa karakteristik pekerjaan memiliki komponen: ketrampilan yang beragam, otonomi dan umpan balik. Otonomi dapat mempengaruhi tanggung jawab terhadap hasil kerja pegawai yang selanjutnya dapat meningkatkan kepuasan. Hal ini memperlihatkan bahwa tanggung jawab terhadap hasil kerja pegawai dapat meningkatkan kepuasan, baik kepuasan pada pelanggan maupun kepuasan dalam diri pegawai. teori yang dikemukakan oleh Luthan bahwa karakteristik pekerjaan memiliki komponen: ketrampilan yang beragam, otonomi dan umpan balik. Otonomi dapat mempengaruhi tanggung jawab terhadap hasil kerja

pegawai yang selanjutnya dapat meningkatkan kepuasan. Hal ini memperlihatkan bahwa

tanggung jawab terhadap hasil kerja pegawai dapat meningkatkan kepuasan, baik kepuasan pada pelanggan maupun kepuasan dalam diri pegawai.

Besterfield et.al yang membuat model sistem manajemen kualitas juga mengemukakan hal yang sama mengenai keterkaitan antara tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan. Dikatakannya bahwa untuk mencapai kepuasan pelanggan maka perlu adanya: peningkatan secara berkelanjutan, tanggung jawab, manajemen sumber daya, realisasi produk, dan analisis serta peningkatan pengukuran. Hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab merupakan salah satu kriteria yang perlu mendapat perhatian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tanpa adanya tanggung jawab dari pemberi layanan dalam hal ini adalah tenaga administrasi FIS UNJ akan menyebabkan mahasiswa terlantar dan hak-haknya mereka tidak diabaikan. Ini tentu akan menyebabkan menurunnya kepuasan mereka.

3. Hubungan Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab dengan Kepuasan pelanggan

Hasil analisis korelasi ganda antara kualitas pelayanan dan tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan, diperoleh koefisien korelasi ganda sebesar 0,872 ($r_{y.12} = 0,872$). Nilai ini memberikan pengertian bahwa keterkaitan antara kualitas pelayanan dan tanggung jawab dengan kepuasan pelanggan tergolong positif, artinya terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dan tanggung jawab secara bersama-sama dengan kepuasan pelanggan "teruji kebenarannya.

Koefisien determinasi r^2 yang diperoleh adalah $r_{y.12}^2 = 0,872^2 = 0,760$ yang menunjukkan bahwa 76,0% variasi yang terjadi pada Kepuasan pelanggan ditentukan oleh Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab yang secara bersama-sama melalui persamaan regresi $\hat{Y} = -3,676 + 0,535X_1 + 0,524 X_2$. Dengan kata lain skor Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab secara bersama-sama dapat memprediksi skor Kepuasan pelanggan sebesar 76%, sedangkan sisanya 24% belum dapat dijelaskan, dalam arti berasal dari variabel lain yang tidak turut diungkapkan dalam penelitian ini.

Dari hasil penelitian diperoleh temuan yang memberikan informasi bahwa, mahasiswa yang memiliki kepuasan harus didukung oleh Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab. Dengan Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab yang baik, maka akan tercipta pula kepuasan mahasiswa. Untuk dapat membentuk Kepuasan mahasiswa yang baik, maka dibutuhkan peningkatan Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab yang diberikan dari pihak fakultas. Sebaliknya Kepuasan pelanggan akan menurun apabila tidak didukung oleh Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab dari pihak fakultas.

Hal ini menguatkan teori yang dikemukakan oleh Besterfield dalam bukunya *quality control*. Ia mengatakan "*the responsibility and quality begin when marketing determines the costumer's quality requirements and continues until the product is received by a satisfied customer.*" Dikatakan bahwa tanggung jawab dan kualitas dimulai dari menentukan kebutuhan pelanggan hingga produk di terima hingga mencapai kepuasan pelanggan. Dengan kata lain tanggung jawab dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh tenaga administrasi berlangsung mulai dari mahasiswa menjadi mahasiswa baru hingga mereka menyelesaikan studinya. Hal ini membutuhkan konsistensi dari para pemberi layanan untuk senantiasa bertanggung jawab atas tugas yang diberikan dan terus meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Hal ini terbukti bahwa petugas yang memberikan pelayanan dengan baik dan menjalankan tugasnya dengan penuh tanggung jawab sangat membantu mahasiswa dalam penyelesaian studi, karena mahasiswa tidak merasa dipersulit dalam mengurus segala yang mereka butuhkan.

PENUTUP

Kesimpulan. 1) Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa. Kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak fakultas maka akan semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa. 2) Terdapat hubungan antara tanggung jawab dengan kepuasan mahasiswa. Tanggung jawab mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi tanggung jawab yang ditunjukkan oleh pihak fakultas maka akan semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa. 3) Terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan tanggung jawab secara bersamaan dengan kepuasan mahasiswa. Kualitas pelayanan dan Tanggung jawab secara bersama-sama mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan

kepuasan mahasiswa. Semakin tinggi kualitas pelayanan dan tanggung jawab yang diberikan oleh pihak fakultas maka kepuasan mahasiswa akan meningkat.

Implikasi. (1) Hasil penelitian yang menunjukkan kontribusi Kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, memberi arti yang cukup bermakna bahwa kualitas pelayanan yang diberikan secara optimal akan memberikan kepuasan mahasiswa yang tinggi pula. Menyadari akan pentingnya sumbangan kualitas pelayanan dalam peningkatan kepuasan mahasiswa, menjadikan para staf administrasi lebih dapat mengoptimalkan pelayanan kepada mahasiswa FIS UNJ. (2) Kepuasan mahasiswa FIS UNJ dianggap sebagai hal yang masih perlu ditingkatkan. Oleh karena itu peningkatan pelayanan dari staf administrasi harus di dukung oleh Tanggung jawab serta hal lain yang dapat mendorong staf administrasi untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Saran. (1) Para staf administrasi hendaknya dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan memperhatikan ketersediaan sarana dan prasarana yang memadai, memberikan layanan yang prima terhadap mahasiswa, dan memahami kebutuhan mahasiswa. (2) Selain kepuasan mahasiswa, hal penting juga adalah peningkatan tanggung jawab. Karena dengan memiliki tanggung jawab yang tinggi akan tercermin dalam sikap dan perilakunya dalam bekerja dapat menyelesaikan tugas dengan baik, bersikap jujur, dapat dipercaya dan dapat diandalkan. (3) Pihak dekanat hendaknya secara aktif mendorong para staf administrasi untuk selalu meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan memberdayakan segala potensi yang dimiliki staf administrasi secara optimal. (4) Kepada sesama peneliti disarankan agar melakukan penelitian-penelitian dengan menggunakan variabel lain untuk mendapatkan informasi yang terbaru tentang perkembangan kepuasan mahasiswa, karena, hal ini akan sangat mendorong untuk perbaikan mutu universitas.

DAFTAR RUJUKAN

- Brown, Mark Graham. *Baldrige Award Winning Quality*. 17th Edition. New York : Productivity Press, 2008.
- Dessler, Gary. *Management*. New Jersey : Prentice Hall, 2001.
- Everard, K.B, Geoffrey Morris and Ian Wilson, *Effective School Management*. Fourth Edition. Paul Chapman Publishing, 2004.
- Gaspersz, Vincent. *Total Quality Management*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Glover, Jonathan. *Responsibility*. London : Routledge and Kegan Paul, 1970.
- Hradesky, Jack. *Total Quality Management Handbook*. USA : McGraw-hill, 1995
- Ivancevich, Konopske, Matteson, *Organizational Behavior and Management*. 8th. New York : McGraw Hill, 2008
- Kerzner, Harold. *Project Management: A Systems Approach to Planning, Scheduling, and Controlling*. New Jersey : John Wiley and Son's, 2006.
- May, Larry. *Sharing Responsibility*. London : The University of Chicago Press, 1992.
- Mullins, Laurie J. *Management and Organizational Behavior, Seventh Edition*. England : Prentice Hall Financial Times, 2005.
- Sallis, Edward. *Total Quality Management In Education*. Alih Bahasa Ahmad Ali Riyadi, Fahrurrozi, Yogyakarta; Ircisod, 2008.

- Stephen Robbins and Mary Coulter, *Management*, Ninth Edition. New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2007.
- Tilaar, H.A.R. *Manajemen Pendidikan Nasional*. Bandung : PT.Rosdakarya : 2008.
- Tjiptono, Fandy dan Diana Anastasia, *Total Quality Management*. Yogyakarta : Andi Offset, 2003
- Wuryanano, *The 21 Principle to Build and Develop Fighting Spirit*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2007.
- Zeithalm, Valarie A. and Mary Jo Bitner, *Service Marketing, Integrating Customer Focus Across the firm*. New York : The McGraw-Hill, 2003.